Reflexión sobre la Opinión y el Pensamiento Social Contemporáneo

El pensamiento aquí expuesto parte de una reflexión sobre la naturaleza de la opinión y su uso dentro del entorno social, mediático y del espectáculo contemporáneo. Observando el comportamiento discursivo de las redes sociales y los debates públicos, surge la idea de que el término “ opinión ” ha sido distorsionado o utilizado con fines que no responden a su esencia original. Al analizarlo desde una lógica simple pero estructurada, se concluye que una opinión, en su sentido más puro, no puede ser social ni mediática, porque su naturaleza es de rebote: responde a algo concreto, a un objeto o situación donde la lógica permite sostenerla. Si carece de lógica o se abre en demasiadas aristas, deja de ser opinión y pasa a ser idea, creencia u otra forma de pensamiento. Cuando se opina, se hace con dirección: la opinión no es una creación sino una respuesta racional ante un estímulo determinado. Si la afirmación pierde esa dirección y se convierte en una expresión libre o emocional, deja de ser opinión y pasa a ser creencia o interpretación. Por eso, una “ opinión crítica ” o una “ opinión de aporte ” son, en realidad, contradicciones lingüísticas. La crítica es crítica en sí misma, no necesita del calificativo de opinión; lo mismo ocurre con el aporte, que se define por su efecto y no por la intención de quien lo emite. Agregar la palabra “ opinión ” en estos casos parece ser una forma de suavizar la responsabilidad o reducir el impacto de lo dicho, bajo la apariencia de que todo nace de un punto subjetivo e inofensivo. Este modo de hablar —de autodefensa verbal— refleja una intención más que un significado. Se habla desde el deseo de no tener repercusiones, como si la opinión fuera una armadura para eludir la consecuencia de lo dicho. Sin embargo, al observar el lenguaje desde su raíz funcional, como lo sugería Ludwig Wittgenstein, el significado de las palabras depende de su uso en el juego lingüístico, y en este caso, el uso contemporáneo de “ opinión ” parece haberse vaciado de su sentido lógico para servir como vehículo de ambigüedad. El pensamiento aquí planteado también distingue entre lo que nace del sujeto y lo que se le rebota desde la realidad. Una opinión, al ser de rebote, tiene valor porque responde a algo externo y objetivo. En cambio, lo que nace del sujeto mismo sin ese rebote lógico ya no es opinión, sino idea o creencia. Ejemplificando de forma simple: si alguien pregunta cómo pegar dos hojas, y se responde “ con resistol ”, eso es una opinión, porque se responde dentro de un marco lógico y práctico. Pero si la respuesta surge sin relación directa o sin conexión racional con lo planteado, deja de serlo. En este sentido, se concluye que una opinión tiene más fuerza cuando es respuesta que cuando es salida. Si la opinión es una salida de uno mismo, sin vínculo lógico con una pregunta o estímulo, se transforma en otra cosa: análisis, aporte, crítica o creencia. Algunos de estos términos son definidos por los demás, no por quien los enuncia; por eso una persona no puede decidir que su discurso es un aporte, pues eso depende de su efecto en los otros. Este razonamiento recuerda en parte a Aristóteles, quien veía en el logos no solo el medio del pensamiento, sino también el vínculo entre lo racional y lo social, donde cada palabra tiene su función justa y su contexto propio. De esta forma, la idea de que la opinión pueda ser mediática o social se disuelve, porque su esencia no es colectiva ni interpretativa, sino puntual y racional. En el ámbito mediático, el lenguaje se vuelve

herramienta de manipulación y de intención, no de reflexión. Por eso, la opinión pública tiende a ser un campo de simulación, donde la palabra “ opinión ” encubre emociones, intereses y estrategias de legitimación. Michel Foucault advertía que el discurso no es neutro: es un acto de poder, y en las sociedades actuales, el poder del discurso mediático radica en hacer pasar la intención como simple expresión. Asimismo, se nota una pérdida en la profundidad del pensamiento social. Pese a que las sociedades avanzan tecnológicamente, parece que el pensamiento crítico y el entendimiento del lenguaje retroceden. En tiempos pasados, aunque con menos información, las personas parecían entender mejor el trasfondo y el peso de las palabras, como si cada dicho proviniera de una experiencia reflexiva y no de un impulso efímero. Hoy, en cambio, el lenguaje se ha convertido en una superficie de expresión más que en una herramienta de comprensión. Martin Heidegger advertía que el lenguaje no solo comunica, sino que revela el ser, y al perder profundidad en el uso del lenguaje, se pierde también la conexión con la esencia del pensamiento. Un elemento concreto que ilustra esta pérdida de profundidad son los refranes. En épocas pasadas, los refranes condensaban experiencia colectiva: en pocas palabras se almacenaba observación, ensayo y memoria social. Eran síntesis de saber práctico y moral —fruto de la paciencia y del tiempo—; se pensaba para decir. En la cultura contemporánea, sin embargo, esos refranes han sido desplazados por consignas, eslóganes y memes, formas breves que buscan impacto y viralidad más que comprensión acumulada. Donde antes había una palabra que sintetizaba un aprendizaje, hoy hay una frase efímera que prioriza la identificación y la reacción instantánea. Este desplazamiento ilustra cómo la cultura de la inmediatez sustituye la comprensión por la reacción, y transforma la memoria colectiva en ruido efímero. Otro aspecto que surge de esta reflexión es la confusión entre broma, crítica, desahogo o manipulación. Muchos discursos disfrazan intenciones personales bajo formas humorísticas o aparentes juegos sociales. Esto produce una mezcla donde es difícil distinguir quién actúa con malicia y quién lo hace por inercia social. En este sentido, puede afirmarse que buena parte del comportamiento mediático responde a impulsos psicológicos no reconocidos, y que el humor o la “ carrilla ” funcionan como mecanismos de escape o proyección de contenidos reprimidos. En definitiva, este pensamiento no pretende ser una regla absoluta, sino un intento de recuperar el sentido lógico y consciente del lenguaje. Comprender que una opinión solo puede existir en un marco racional, que el uso de palabras debe tener coherencia con su propósito, y que el lenguaje, cuando se usa para confundir o desviar responsabilidad, deja de ser comunicación y se convierte en manipulación. El pensamiento moderno, al priorizar la inmediatez y la aceptación social, ha olvidado el valor de pensar y escarbar en el significado real de las cosas. Volver a esa profundidad no es un retroceso, sino un acto de reconstrucción del entendimiento.